

PRESSEINFORMATION

Luxus erfolgreich verkaufen

Der RTG Eigenvertrieb hat Vertriebsinitiative “Luxusexperten“ gestartet

Hamburg, 07. November 2023. Die Ausgaben der Deutschen für Urlaubsreisen stiegen 2022 auf ein Zehnjahreshoch. 79 Milliarden Euro investierten sie in ihren Urlaub¹. Zur Wahrheit gehört auch, dass es einen Spalt gibt zwischen Menschen, die auf günstige Urlaube setzen und jenen, die mehr ausgeben und auch luxuriöse Angebote nutzen. Genau bei dieser Gruppe wollen die angehenden Luxusexperten ansetzen, die derzeit an der RTG Vertriebsinitiative teilnehmen. Zum RTG Eigenvertrieb gehören Reiseland, Raiffeisen Vertriebs GmbH, RT-Reisen und Globetrotter.

Die 18 ausgewählten Reisebüromitarbeiterinnen und -mitarbeiter durchlaufen auf ihrem Weg zu Luxusexperten drei wesentliche Schulungsbereiche: Produktschulungen, Webinare und die Teilnahme an einer Akademie.

Die Produktschulungen finden in Kooperation mit den Partnern Hapag-Lloyd Cruises, Studiosus Reisen und Windrose Finest Travel statt. Im Rahmen zweier Präsenztage lernen die Teilnehmer die Produktwelt der Partner intensiv kennen, entwickeln ein tiefgreifendes Verständnis für die Marktargumentation und tauschen sich über Marketing- und Verkaufstipps aus. „Nur, was man genau kennt, verkauft man besser“, ist Projektmanagerin Anne Kristin Sieg von Reiseland überzeugt. Auch die Webinare werden im Zusammenspiel mit den Partnern angeboten und dienen dazu, das vor Ort Erfahrene noch einmal zu vertiefen.

Luxus verkaufen, will gelernt sein

Abgerundet wird das Ganze von einer Akademie. „Sie wurde eigens für diesen Zweck ins Leben gerufen und reiht sich ein in das umfangreiche Schulungskonzept unserer Kooperation, die immer wieder nach neuen, innovativen Wegen bei der Wissensvermittlung

sucht“, erklärt Cassandra Ferebee, Bereichsleiterin Personal & Training bei Reiseland und RT- Reisen. In sechs Modulen geht es um die Vermittlung grundsätzlicher Erkenntnisse und der Veranschaulichung anhand von Best Practices. Dabei bedienen sich die Trainer wissenschaftlicher Erkenntnisse aus der Neurowissenschaft und der Glücksforschung – sie liefern Aufschluss darüber, wie Luxusangebote kommuniziert und bei luxusaffinen Kunden erfolgreich platziert werden können. „Wir zeigen eine breite Orchestrierungsmöglichkeit im Verkaufsgespräch auf“, so Anne Kristin Sieg. Die Projektmanagerin weiter: „Luxus zu verkaufen, ist kein Beschluss, den man so einfach fassen kann und dann läuft es, sondern eine Entwicklung, an dessen Ende der ‚Luxusexperte‘ steht.“

Neuaufgabe als Online-Schulungsreihe

Die Vertriebsinitiative läuft noch bis Herbst nächsten Jahres. Dann werden die Ergebnisse ausgewertet. Die Erkenntnisse fließen in die Neuaufgabe der Schulungsreihe ein, die dann online einer größeren Teilnehmerzahl angeboten werden soll.

¹ Quelle: statista, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/220264/umfrage/urlaubsreiseausgaben-der-deutschen/>

² Reiseanalyse 2023 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen in Kiel



Während des Präsenztages bei Studiosus Reisen in München hatte Studiosus zu einem professionell geführten Stadtrundgang eingeladen. (Foto: Reiseland)



Trainer vermitteln den Teilnehmern , wie man Luxus erfolgreich verkauft und bedienen sich dabei neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse. (Foto: Reiseland)

Reiseland ist eine 30 Jahre alte veranstalterunabhängige deutsche Reisebüroketten mit derzeit über 320 Reisebüros bundesweit. Das 1990 als erstes Franchise-System in der deutschen Touristik gegründete Unternehmen ist eine 100-prozentige Tochter der Reiseland Holding GmbH und somit ein Unternehmen der RT/Raiffeisen Touristik Group GmbH. Die Produktpalette von Reiseland umfasst alle für den Markt bedeutenden Veranstalter. Reisebüropartner profitieren insbesondere von einem gemeinsamen Markenauftritt, modernen Marketingaktionen und technischen Lösungen.

Redaktionskontakt:

Dr. Thomas Daubenbüchel
SKM Consultants GmbH
Tel.: +49 (0) 211 – 55 79 45-0
Mobil: +49 (0) 170 – 63 23 891
E-Mail: thomas.daubenbuechel@skm-consultants.de